

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA COOTRANSTAME

AMANDA NAYIVE GARCÍA DURÁN
DIANA CAROLINA HERNÁNDEZ SANTIAGO
CARMEN LILIANA NARANJO FUENTES
MAYRA JENNYFER SÁENZ MOTTA
CINDY LORENA TUNARRROSA MOLINA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS - ECACEN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
DICIEMBRE DE 2018

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA COOTRANSTAME

GRUPO: 101008_24

PRESENTADO POR:

AMANDA NAYIVE GARCÍA DURÁN, CÓD. 1056553738
DIANA CAROLINA HERNÁNDEZ SANTIAGO, CÓD. 1002328748
CARMEN LILIANA NARANJO FUENTES, CÓD. 1052380855
MAYRA JENNYFER SÁENZ MOTTA, CÓD. 1058579027
CINDY LORENA TUNARRROSA MOLINA, CÓD. 1051211410

TUTOR:

OSCAR MAURICIO TEJADA DURAN

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS – ECACEN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
DICIEMBRE DE 2018

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| RESUMEN | 7 |
| ABSTRACT..... | 8 |
| Introducción | 9 |
| 1. Objetivos..... | 10 |
| Objetivo General | 10 |
| Objetivos Específicos..... | 10 |
| 2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Cootranstame..... | 11 |
| 2.1. Direccionamiento estratégico..... | 11 |
| 2.2. Formato de evaluación del desempeño de la empresa Cootranstame..... | 13 |
| 2.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial | 14 |
| 3. Código de Conducta | 16 |
| 3.1. Modelo Gerencial de competitividad Kaizen para la empresa Cootranstame. | 16 |
| 3.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta. | 17 |
| 3.3. Código de conducta de la empresa Cootranstame | 18 |
| 3.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta..... | 37 |
| Glosario..... | 38 |
| 4. Stakeholders..... | 40 |
| 4.1. Breve descripción de los Stakeholders | 40 |
| 4.2. Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada | 41 |
| 4.3. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados. | 46 |
| 5. Plan de Responsabilidad Social Empresarial empresa Cootranstame | 50 |
| 5.1. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholder) tanto internos como externos empresa Cootranstame. | 56 |

| | |
|---|----|
| 5.2. Modelo de informe de gestión recomendado | 56 |
| 6. Conclusiones..... | 60 |
| 7. Bibliografía..... | 61 |
| Anexos | 66 |

Lista de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Formato de Evaluación de la empresa Cootranstame. | 13 |
| Tabla 2. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta, empresa Cootranstame. | 37 |
| Tabla 3. Matriz de influencia/impacto de la empresa Cootranstame..... | 46 |
| Tabla 4. Plan de Responsabilidad Empresarial empresa Cootranstame. | 50 |
| Tabla 5. Plan de comunicaciones a los interesados tanto internos como externos empresa Cootranstame. | 56 |

Lista de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Mapa genérico de Stakeholder de la empresa Cootranstame. | 41 |
| Figura 2. Póster empresa de transporte Cootranstame..... | 67 |

RESUMEN

Este trabajo representa una recopilación del proyecto de investigación realizado durante todo el periodo académico, inicialmente en la fase 1. Propone una empresa del entorno, el equipo presenta diferentes empresas con ciertas características y se elige una de estas como referencia para trabajar y avanzar en el siguiente paso que corresponde a la fase 2. Redactar el código de conducta de la empresa seleccionada con ayuda de los conocimientos registrados en el curso, fase 3. Realización de un video de contextualización sobre RSE vs Marketing teniendo en cuenta el análisis de la empresa; fase 4 diseño del mapa genérico de los Stakeholder para la empresa seleccionada, continuando con la fase 5. Elaboración del plan de responsabilidad social empresarial analizando los tres elementos fundamentales económico, social y ambiental identificando los diferentes aspectos que influyen en su desempeño.

Asimismo, el estudio realizado a la empresa Cootranstame para la creación de la propuesta del plan de responsabilidad social empresarial permitió generar nuevas estrategias de mejora continua, el acercamiento a las posibles amenazas que se presentan en la organización, además de generar ideas para la concientización de los entes internos y externos con los que se relaciona la misma, el estudio de las normas y leyes que se presenten para dar cumplimiento y aplicabilidad generando así el mejoramiento y crecimiento de la organización y sus relacionados.

Palabras Claves: Conducta, Stakeholder, Responsabilidad, Código, Modelo.

ABSTRACT

This work represents a compilation of the research project carried out during the academic period, initially in phase 1. It proposes a company from the environment, the team presents different companies with certain characteristics and one of these is chosen as a reference to work and advance in the next step that corresponds to stage 2. write the code of conduct of the selected company with the help of the knowledge registered in the course, phase 3 realization of a video of contextualization on CSR vs. Marketing taking into account the analysis of the company; phase 4 design of the generic map of the stakeholders for the selected company, continuing with phase 5. elaboration of the corporate social responsibility plan analyzing the three fundamental economic, social and environmental elements, identifying the different aspects that influence its performance.

Likewise, the study carried out at the company Cootranstame for the creation of the corporate social responsibility plan proposal allowed the generation of new strategies for continuous improvement, the approach to possible threats that arise in the organization, as well as generating ideas for the awareness of the internal and external entities with which the same is related, the study of the norms and laws that are presented to give fulfillment and applicability, thus generating the improvement and growth of the organization and its related ones.

Key words: Conduct, Stakeholder, Liability, Code, Model.

Introducción

El plan de responsabilidad social se caracteriza como el compromiso voluntario de una empresa de incluir en sus prácticas económicas, sociales y ambientales criterios y acciones que están por encima de los requisitos legislativos y relacionados con un amplio rango de Stakeholder todas las personas influenciadas por sus actividades; además asigna un rol para la empresa, pero establece ciertos límites realistas que permiten a las empresas continuar comprometidas en cosas que hacen, como aumentar su mercado.

Este trabajo es una recopilación del proyecto de investigación realizado durante el periodo académico; en su contenido se elabora un plan de responsabilidad social empresarial, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por las empresas, que incluye diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptadas aportan valor a la organización es importante analizar en el mismo como se aplican las herramientas y conceptos básicos sobre responsabilidad social empresarial proponiendo estrategias y metodologías que permitan la incorporación de esta en la toma de decisiones con alcance social, económico y ambiental necesarios para la construcción futura de la sostenibilidad global.

1. Objetivos

Objetivo General

Promover el aprendizaje profundo, orientado al logro que estimula al futuro profesional a descubrir hechos complejos y significativos que le impliquen desarrollar sus habilidades, actitudes y valores para dar solución a problemas concretos de su entorno.

Objetivos Específicos

1. Identificar a través de una evaluación de desempeño económico, ambiental y social los impactos internos y externos que afectan a la empresa Cootranstame.
2. Redactar el Código de conducta a la empresa Cootranstame como un instrumento y estamento que se aplique para obtener el más alto nivel legal, ético y moral.
3. Diseñar el mapa genérico de los Stakeholder para la empresa Cootranstame con cada actor involucrado en ella a nivel interno y externo.
4. Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial con las herramientas y conceptos básicos, estrategias y metodologías para la toma de decisiones con alcance social, político y ambiental necesarios para la construcción futura de la sostenibilidad global.
5. Reconocer la importancia de un plan de responsabilidad social para una empresa.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Cootranstame

2.1.Direccionamiento estratégico

Misión

Cootranstame se dedica a la prestación de siguientes servicios: transporte público terrestre de pasajeros, transporte de equipaje de cargas pesadas y extra pesadas, así como el servicio de carga de encomiendas, en toda Colombia y con proyección a territorios internacionales, apoyada en un proceso de mejoramiento continuo orientado a la satisfacción del cliente bajo el principio del servicio, cumpliendo las leyes nacionales vigentes y otras normas aplicables.

Visión

Mediante el desarrollo de una cultura organizacional enfocada al mejoramiento continuo, seremos en el 2020 una empresa de transporte terrestre reconocida a nivel nacional como líderes que contribuyen con la preservación del medio ambiente y el desarrollo del país.

Valores

- Confiabilidad.
- Confianza.
- Confidencialidad.
- Conocimiento.
- Excelencia.
- Formación.
- Generosidad.
- Honestidad.
- Integridad.
- Lealtad.

- Perseverancia.
- Seguridad.
- Trabajo En Equipo.
- Transparencia.

(Cootranstame, s.f.).

2.2.Formato de evaluación del desempeño de la empresa Cootranstame

Tabla 1. Formato de Evaluación de la empresa Cootranstame.

| FORMATO DE EVALUACIÓN IMPACTO EMPRESA COOTRANSTAME | | | |
|---|-----------------|--|--|
| Dimensión | Contexto | Descripción | Prioridad de atención (alta, media, baja) |
| Económica | Interna | <p>Algunas de las tarifas son asequibles para el ciudadano brindando oportunidad de que la comunidad acceda a le fácilmente</p> <p>El costo de los pasajes y de la tarifa a la hora de llevar cargas pesadas son económicas.</p> | Alta |
| | Externa | <p>Esta empresa ha pasado por varias crisis económicas ya que en el municipio donde está localizada cuenta con grupos al margen de la ley los cuales (queman los vehículos y piden extorciones) impiden el progreso de dicha empresa.</p> <p>Hacen licitaciones con las grandes empresas contratistas y sub contratistas para adquirir mejores ingresos económicos y crecer empresarialmente.</p> | |
| Social | Interna | <p>Cootranstame asume los nuevos retos de manera proactiva, velando por sus intereses, pero siendo conscientes de que están frente a una problemática que, aunque diagnosticada hace varios años, tiene hoy un muy relevante impacto social, por lo cual ocupa uno de los primeros lugares.</p> <p>La empresa brinda oportunidades como préstamos para vehículo a sus empleados para que tengan la posibilidad de pertenecer a la empresa.</p> | Alta |

| | | | |
|------------------|---------|--|-------------|
| Ambiental | Externa | Por causa del orden público los ciudadanos se abstienen de viajar afectando a la empresa porque ya no viajan con la misma frecuencia por miedo a que suceda algo en el camino. | Alta |
| | Interna | Ellos están renovando los vehículos de transporte cada determinado tiempo para mitigar el dióxido de carbono al medio ambiente y a la comunidad en general. Además contribuyen con tener los vehículos en regla con la tecnología mecánica evitando más contaminación. | |
| | Externa | En esta región los grupos armados al margen de la ley queman los vehículos provocando contaminación en el medio ambiente, por otra parte algunos de los vehículos de transporte y carga que expulsan dióxido de carbono ya cumplieron su ciclo de vida. | |

Tabla 1, muestra la evaluación de desempeño económico, social y ambiental, que se le efectuó a la empresa Cootranstame tomando como contexto los impactos internos y/o externos de cada dimensión.

Fuente: Elaboración propia, Mayra Sáenz.

2.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

Teniendo en cuenta el formato de evaluación de la empresa Cootranstame los tres impactos son relevantes puesto que muestran una parte alta negativa, debido al orden público de la región es difícil poder contrarrestar esta parte negativa, pero se espera que, con ayuda del gobierno, se pueda solucionar este problema que afecta a los tres impactos.

Por otra parte, nos inclinaremos en el impacto ambiental donde podemos cumplir la legislación nacional vigente en materia de Seguridad y Salud en el trabajo, Medio Ambiente, y otras normas aplicables relacionadas con sus peligros, aspectos ambientales y gestión en general. Además, se identificarán continuamente los peligros, evaluando y valorando los riesgos, así como determinar los respectivos controles.

Con el fin de tratar los riesgos prioritarios de la compañía, asociados principalmente a factores de Riesgo Vial, Mecánico y Biomecánico, previniendo la contaminación al medio ambiente y gestionar el impacto socio ambiental, asociado a aspectos como la generación de residuos, emisiones y consumo de recursos naturales.

Los resultados determinaron que la magnitud del impacto ambiental es alta, pues se ven afectados los habitantes del departamento con la contaminación y se plantea generar un plan de responsabilidad social empresarial con el fin de crear un entorno propicio para que la comunidad en general no se vea afectada.

3. Código de Conducta

3.1. Modelo Gerencial de competitividad Kaizen para la empresa Cootranstame.

Para facilitar la construcción del código de conducta de la empresa es importante elegir un modelo que beneficie a las partes, por esta razón este modelo es ideal para la empresa “Cootranstame”, con el fin de buscar el mejoramiento continuo de los procesos y procedimientos, presentando servicio de alta calidad, por consiguiente, habrán mayores capacidades y habilidades para dirigir cada parte de la misma, contribuyendo a la disminución de desperdicios, potencializando el verdadero valor del medio

Asimismo, es importante realizar los cambios para mejorar, creando una cultura estratégica obtiene buenas prácticas en el manejo de la dirección y con la creación de estándares de calidad para ayudar a disminuir el impacto que afecta en gran parte a la comunidad.

Por otra parte, con este modelo gerencial se pueden terminar proyectos que la empresa quiera desarrollar además de que permite lograr metas importantes y cambios muy significativos, obteniendo de forma diaria el mejoramiento continuo tanto de nuestros colaboradores como de la empresa.

Teniendo en cuenta que este método nos ayudara a proyectar las mejoras a determinados procesos, teniendo en cuentas las acciones que se deben establecer en tiempo y forma, comparar los resultados obtenidos con los modelos esperados y por ultimo evaluar los aspectos para que sepamos que se debe conservar y que se debe cambiar.

3.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.

Nuestro compromiso.

Mantener relaciones duraderas con clientes que han puesto su confianza en nuestra empresa, entregando soluciones a sus necesidades, acercándolos a sus clientes ofreciéndoles altos niveles de efectividad y óptimos servicios.

Ofrecemos una amplia gama en las diferentes modalidades de transporte como son: transporte público, carga masiva, paquetero, maquinaria pesada, extra dimensionada y montaje de estructuras. Con estándares de calidad, responsabilidad y compromiso con nuestro cliente interno y externo. (Cootranstame, s.f.)

Integridad: La integridad de nuestra empresa nos distingue con la sociedad ya que nos fundamentamos en tener principios, ser rectos, dignos e idóneos con el fin de actuar de acuerdo a nuestras ideologías por eso nos comprometemos a:

Dialogo: El dialogo es la base fundamental de nuestra empresa ya que cuando nuestros colaboradores brindan un excelente servicio a nuestros clientes, ellos se sienten con la tranquilidad de dirigirse a ellos y de igual forma los trabajadores brindan la confianza para que los clientes se sientan satisfechos. Por otra parte, internamente en la empresa se tiene en cuenta la opinión de los trabajadores existe un dialogo trabajador – jefe el cual por medio de dichos diálogos se dan mejoras a la empresa.

Transparencia: Cootranstame es una empresa que se caracteriza por su transparencia y confiabilidad.

Beneficio: Nosotros como empresa de transporte prestamos un beneficio necesario a la comunidad ya que Contamos con más de 200 vehículos modernos dispuestos para atender las necesidades logísticas y de transporte de nuestros clientes. Donde nuestros clientes encontrarán un vehículo para cada necesidad. (Cootranstame, s.f.)

Respeto: Respetamos las ideologías de nuestros trabajadores y sociedad en general, su religión y sus pensamientos, además de que nosotros como empresa respetamos lo que la sociedad en general piense, diga o sienta.

3.3.Código de conducta de la empresa Cootranstame

Informe previo a la elaboración del código de ética y/o conducta

Decisión de la alta dirección

La empresa Cootranstame cuenta con un equipo de trabajo calificado, sin embargo, es importante que el gerente convoque a reunión a las diferentes áreas para estudiar y considerar la creación y funcionalidad al Código de Ética, dando cumplimiento a las normas en la organización y en las diferentes áreas de la misma, pues para el desarrollo y aplicación del código se crean nuevos conocimientos y habilidades técnicas para el mejoramiento continuo en la dirección administrativa, calidad, servicio y productividad en los procesos y procedimientos.

A quien aplica

El Código de Ética aplicará para toda la organización, sin embargo, se debe dar estricto cumplimiento en las áreas de Recursos Humanos, Seguridad y Salud en el Trabajo e Higiene, además de integrar a los proveedores y clientes más allegados a la organización con el fin de

trabajar en equipo y certificarse por su calidad y cumplimiento en la normatividad aplicada, además de realizar cambios constantes para realizar la mejora continua.

Este código no tiene la intención de describir cómo debemos comportarnos en el día a día, contamos con la plena confianza en que todos los participantes en él, utilicen su buen juicio y sentido común ante diferentes situaciones.

Conformación del equipo

La planificación del Código de Ética será realizada por los jefes de área de Recursos Humanos, dos profesionales en la investigación, jefe del área de Seguridad y Salud en el Trabajo, jefe de la división financiera, ellos revisaran los estudios para tomar decisiones en la organización, resaltando la importancia de tener acceso a los auditores externos para tener mayor apoyo y conocimientos cuando sea necesario.

Instancias de sensibilización y participación

El comité de Ética una vez haya realizado los estudios, comunicará a todos los integrantes de la organización las decisiones, mediante capacitaciones y se convocaran a reuniones de debate con el fin de incorporar los ideales que vean necesarios a la organización para dar continuidad a la mejora de la misma, además de implementar talleres que permitan ver la confidencialidad de cada una de las áreas, los conflictos de interés de la organización, entre otros factores que vean necesarios.

Además de dar revisión a la misión de la empresa, como resultado la inclusión de la normatividad necesaria, la declaración de la visión para la mejora continua de la organización y la validación de los valores para la toma de decisiones así:

Misión

Cootranstame se dedica a la prestación de siguientes servicios: transporte público terrestre de pasajeros, transporte de equipaje de cargas pesadas y extra pesadas, así como el servicio de carga de encomiendas, en toda Colombia y con proyección a territorios internacionales, apoyada en un proceso de mejoramiento continuo orientado a la satisfacción del cliente bajo el principio del servicio, cumpliendo las leyes nacionales vigentes y otras normas aplicables.

Visión

Mediante el desarrollo de una cultura organizacional enfocada al mejoramiento continuo, seremos en el 2020 una empresa de transporte terrestre reconocida a nivel nacional como líderes que contribuyen con la preservación del medio ambiente y el desarrollo del país.

Valores corporativos

- Confiabilidad.
- Confianza.
- Confidencialidad.
- Conocimiento.
- Excelencia.
- Formación.
- Generosidad.
- Honestidad.
- Integridad.
- Lealtad.
- Perseverancia.
- Seguridad.
- Trabajo En Equipo.

- Transparencia, (Cootranstame, s.f.).

Recopilación de insumos y redacción provisoria

Los insumos serán manejados por el jefe de la división financiera con apoyo del director del comité, asimismo, mediante las decisiones tomadas en el Comité de Ética se llevará a cabo la redacción del Código de Conducta con el fin de estructurarlo y dar la revisión correspondiente en la organización.

Consultas multisectoriales

La estructura del Código de Conducta se dará a conocer a toda la organización mediante nuevos foros y debates organizados por los integrantes del Comité de Ética para revisar e incluir los aportes que sean necesarios y/o sugerencias de corrección y de esta manera dar cumplimiento a los procedimientos y políticas de que se establezcan para tal fin.

Consulta a peritos

La empresa después de dar a conocer el borrador del documento a los integrantes de la misma y haber realizado las modificaciones correspondientes, se compartirá con el director de la empresa, quien estudiará a fondo el contenido del documento y posteriormente darlo a conocer a los asesores de la organización para dar la revisión final y que cumpla con todos los requerimientos y aplique a la normatividad vigente que sea necesaria.

Contenido código de conducta de la empresa Cootranstame

Apreciados colaboradores, es un orgullo presentarles el Código de Ética de Transportes Cootranstame, en este se reflejan los principios y valores corporativos, siendo una guía en

materia de convivencia interna y relacionamiento con nuestros clientes, accionistas, proveedores, colaboradores, y la sociedad en general. (Cencosud, s.f.)

El Código permite ver la forma de actuar y la cultura que se quiere mostrar en Cootranstame, teniendo en cuenta la identidad de cada una de las personas que conforman este gran equipo de trabajo.

Se espera que este sea un compromiso por parte de todos los colaboradores que damos vida a Cootranstame, vamos a respetar lo que está estipulado en este documento, seguiremos trabajando con la misma energía que nos caracteriza, poniendo en primera medida nuestros valores y respeto por los demás, confiados de que el compromiso con este Código nos guíara en un actuar justo y honesto.

La empresa Cootranstame se encarga de brindar variedad de servicios estandarizados, ofreciendo a los clientes calidad, compromiso y responsabilidad en el desarrollo de los procesos y procedimientos, asimismo mantiene buenas relaciones con los usuarios puesto que confían en la empresa, generando soluciones a sus necesidades y expectativas mediante la innovación y la efectividad y optimización de los servicios.

Cuenta con maquinaria y medios de transporte dispuestos a brindar el servicio a los clientes internos y externos, además de realizar monitoreos constantes en las entregas y recogidas, generando a los clientes seguridad y confianza durante el proceso de cada artículo o mercancía.

Resaltando así el aseguramiento de la calidad en los servicios mediante capacitaciones al personal y a los mecanismos internos para estar actualizados en cuanto a normas, reglamentaciones y leyes que se relacionen con el transporte seguro de mercancías y el buen manejo de los recursos para brindar calidad y mejora continua en cada paso que se dé.

De esta manera ver los procesos reflejados en la Misión así, Cootranstame se dedica a la prestación de siguientes servicios: transporte público terrestre de pasajeros, transporte de equipaje de cargas pesadas y extra pesadas, así como el servicio de carga de encomiendas, en toda Colombia y con proyección a territorios internacionales, apoyada en un proceso de mejoramiento continuo orientado a la satisfacción del cliente bajo el principio del servicio, cumpliendo las leyes nacionales vigentes y otras normas aplicables.

Continuando con la calidad se da empleo a la Visión así, mediante el desarrollo de una cultura organizacional enfocada al mejoramiento continuo, seremos en el 2020 una empresa de transporte terrestre reconocida a nivel nacional como líderes que contribuyen con la preservación del medio ambiente y el desarrollo del país.

Confidencialidad empresarial

Se debe dar aplicabilidad a las políticas de privacidad de la documentación y el tratamiento de datos personales dentro de la organización para mantener reserva de las bases de datos que se manejen, ya sean personales, de estados financieros, de servicio a los clientes, todos los activos con los que cuente la empresa, entre otros, con el fin de mejorar continuamente en los procedimientos, estrategias y objetivos en la misma para ser más eficientes y recursivos en la aplicabilidad y cumplimiento de la normatividad vigente.

Asimismo, dar la importancia del manejo de la información tanto interna como externa para no implicar a terceros e impactar a la organización, cabe resaltar la importancia de custodiar y preservar los activos de la empresa por parte de todos los funcionarios para que el funcionamiento sea positivo y reportar con tiempo las situaciones que puedan afectar los procesos en la misma.

Conflicto de interés

Por ningún motivo los colaboradores deben utilizar sus contactos o posición en la compañía en beneficio propio o de familiares, se tiene que evitar todo tipo de situaciones que den lugar al colaborador para no cumplir con sus funciones de manera objetiva.

Los trabajadores deberán actuar conforme a las leyes que sean de aplicación y en ningún caso podrán incurrir en sobornos de terceros hacia la compañía. En caso de que un proveedor haga entrega de algún obsequio de carácter simbólico o promocional, éstos deben ser informados

al supervisor inmediato puesto que está totalmente prohibido este tipo de actividades.

(Atresmedia, s.f.)

Los trabajadores que estén encargados de la compra y venta de insumos deben tener presente que no se realizan inversiones personales con estos recursos.

Conducta Interna

En la empresa es vital que los trabajadores sean proactivos para que las relaciones sean efectivas y mediante la innovación generar actitudes de colaboración, apoyo en el desarrollo de las actividades, dialogar de temas relacionados con el manejo de la documentación, el servicio al cliente, entre otras para la mejora continua en cada procedimiento y ver nuevas oportunidades a futuro.

El gerente en la organización representa un ente importante en la misma, por eso hay que llevar a cabo las decisiones que se tomen y aprender a aceptar los errores para cambiar y mejorar, tomando como ejemplo el esfuerzo que realizan, asimismo, valorar el trabajo que cada funcionario realiza, siendo justos y agradecidos para ser mejores personas a diario.

El respeto dentro de la organización es indispensable para mantener un ambiente agradable, generando así nuevas oportunidades de ascensos, obtención de incentivos monetarios y no monetarios, para motivar a los funcionarios, aumentando el autoestima de las personas y la productividad en la empresa, además de dar sugerencias y apoyar en los diferentes procesos de la misma.

Todos los colaboradores están en la obligación de tratar de forma justa y respetuosa a sus compañeros y jefes, basados en la educación respeto profesional, respeto al libre pensamiento y la colaboración mutua.

Compromisos con los Clientes

La política de Transportes Cootranstame consiste en ofrecer a nuestros clientes servicios de logística y transporte de carga por carretera de la mayor calidad, con los mayores estándares de seguridad, a precios competitivos y cumpliendo los compromisos sin demora respecto de las fechas contratadas con los clientes en cada contrato. No podrán aceptarse regalos o prestaciones equivalentes que no sean habituales en el mercado y de razonable valor. En caso de duda, deberá informarse al responsable del área de la que dependa el empleado. (Bolivar.cl, 2012)

Uso y cuidado de activos de la Compañía

En Cootranstame se deben utilizar los activos de la compañía únicamente para aquellas funciones para las cuales los bienes han sido asignados, se espera que utilicen los activos de la compañía como si fueran de su propiedad de manera eficiente y sin despilfarro, empleando el criterio de la austeridad en cada una de las actividades a realizar. (Cencosud, s.f.)

Favores comerciales

En la empresa Cootranstame no se permite que los trabajadores acepten sobornos, bonos, regalos como dinero, préstamos, ventajas monetarias que se relacionen u otros favores comerciales, esto con el fin de no afectar a ningún integrante de la misma o terceros que se involucren en los mismos.

Solamente se podrán ofrecer o aceptar servicios que sean apropiados a las circunstancias y sean autorizados por la empresa, en caso de tener alguna duda, los trabajadores podrán solicitar asesoramiento al jefe de área encargado.

Contravenciones

La responsabilidad de todos los trabajadores para portar adecuadamente los elementos de protección personal que fueron implementados por la empresa, además de cumplir con los horarios y actividades que se establece para cada uno, el manejo adecuado de los medios electrónicos, según sea el caso, para cumplir con las normas y reglamentaciones que se manejen para cada procedimiento en la organización.

De igual manera, evitar el ingreso a lugares distintos del que le corresponda o externos a realizar las funciones adquiridas en la empresa, con el fin de impedir actividades que afecten a la misma.

Negociaciones

Las negociaciones en la empresa se realizarán con socios que se sientan comprometidos y responsables con la organización, además de supervisar y realizar mejoras continuas, dando a conocer las estrategias que se implementaran en el control de los procedimientos que se realizan, cabe resaltar que se brinda la oportunidad de empleo, generando adecuadas relaciones personales con todos los trabajadores de la organización.

Compromiso con la Seguridad, Higiene y Bienestar de los Trabajadores

Proporcionaremos a nuestros trabajadores un entorno de trabajo confiable y seguro, desarrollando para ello buenas prácticas coherentes con los mejores estándares de salud y seguridad, incluidos los requisitos legales, los requisitos de seguridad específicos de las operaciones realizadas y las instalaciones, así como los requisitos contractuales. Todos los empleados son responsables de observar un cumplimiento riguroso de las normas de salud y seguridad, para su adecuado auto cuidado y seguridad en carretera.

Asimismo, deberán hacer un uso responsable del equipamiento asignado cuando desarrollen actividades de riesgo y divulgarán entre sus compañeros y subordinados los conocimientos y promoverán el cumplimiento de las prácticas de protección de riesgos. (Bolívar.cl, 2012)

Uso de la información de la empresa

En la empresa se valora y protege la información ya sea de carácter privado o no, los trabajadores deben esforzarse por cumplir la normatividad de protección de datos, generalmente se accede a información de los clientes, por eso es importante saber dar uso a estos datos, así como dar bienestar y protección de la misma para no violar las restricciones legales, políticas o autoridades que las regulen. Así mismo, trabajar con privacidad sin interesar el momento o lugar en que se encuentre, evitando la publicidad de los mismos y valorando la importancia del manejo de esta normatividad.

Comunicaciones estratégicas

Ofrecer a los clientes efectividad en los servicios, en el menor tiempo posible a fin de continuar mejorando en la calidad del mismo.

Estructurar un plan de responsabilidad social para dar solución a las dificultades que se presente interna y externa en la organización.

Generar un plan de marketing como herramienta en la toma de decisiones e implementación de los objetivos de comunicación para obtener resultados positivos y estrategias de mejora continua en la organización.

Cultura, social y religión

La ética de la empresa siempre busca el formar personas comprometidas, responsables, llenas de habilidades y capacidades para mejorar continuamente en la calidad y productividad de los servicios.

La empresa constituye su específica responsabilidad social, reconociendo el derecho de los empleados como contribución activa y voluntaria al mejoramiento de la sociedad en diversos campos, en especial el social, cultural y religioso.

Compromiso con el medio ambiente

Para Transportes Cootranstame es esencial manejar, almacenar, transportar y distribuir todo tipo de materiales y cargas de manera segura y sin provocar riesgos inadmisibles para la salud, la seguridad y el medio ambiente, cumpliendo en consecuencia las leyes y ordenanzas pertinentes relativas a todas estas materias. En consecuencia, nos ocuparemos en todo momento de identificar cualquier efecto potencial generado directamente por nosotros o por el uso de productos y servicios en la salud pública y el medio ambiente, para compensar y mitigar oportunamente los eventuales impacto provocados. (Bolívar.cl, 2012)

Compromisos con la no discriminación

La ética de la empresa siempre busca el formar personas comprometidas, responsables, llenas de habilidades y capacidades para mejorar continuamente en la calidad y productividad de los servicios. Creemos firmemente que las relaciones con los empleados deben basarse en la confianza mutua, así como en el respeto y el reconocimiento explícito de la dignidad de todos los empleados, en tanto colaboradores y personas humanas.

No se discriminará a los empleados por razones de raza, sexo, edad, religión o ninguna otra condición ajena a su capacidad profesional. Así mismo, seremos respetuosos del derecho a la libre asociación, organización y negociación colectiva, dentro del marco legal vigente. (Bolivar.cl, 2012)

Cumplimiento y vigencia del código

Todos los colaboradores deberán leer cuidadosamente el Código de Ética de Cootranstame y luego firmar una Carta de Compromiso, aceptando los valores principios y normas de actuación estipulados en el mismo. Ningún colaborador y asociado de la empresa puede justificar una conducta impropia amparándose en una orden superior o en el desconocimiento de este código, quienes por acción u omisión violen este código, estarán sujetos a las medidas disciplinarias que se consideren oportunas según el caso, entendiéndose que estas pueden llegar a la terminación del contrato laboral. (Tinet.cl, s.f.)

El presente Código de Ética se estará actualizando periódicamente, teniendo en cuenta los cambios organizacionales y sugerencias que surjan de los colaboradores en pro de la compañía.

Acerca de nuestro código

Cootranstame, en sus actividades de transporte de pasajeros, paqueteo y carga, con el objeto de incrementar la confianza de las partes interesadas y de ser reconocida como una compañía sólida, confiable y eficaz nos proyectamos y buscamos que mediante los problemas encontremos dichas soluciones es por esto que pensamos, dar cumplimiento a los requisitos del cliente para lograr su satisfacción, garantizando la operación mano de obra conveniente.

Mantener altos estándares en calidad, seguridad, salud y ambiente; mejorando continuamente el sistema de gestión integral y su desempeño, cumpliendo la legislación nacional vigente en materia de seguridad y salud en el trabajo, medio ambiente, y otras normas ajustables relacionadas con sus peligros, aspectos ambientales y gestión en general, además buscamos

prevenir la contaminación al medio ambiente y gestionar impactos socio ambiental, asociados a aspectos como la generación de residuos, emisiones y consumo de recursos naturales.

Identificaremos continuamente los peligros, evaluando y valorando los riesgos, donde tratamos los riesgos prioritarios de la compañía, asociados principalmente a factores de riesgo vial, mecánico y biomecánico. Por otra parte, buscamos conservar esfuerzos a favor de la protección en la calidad de vida laboral, la prevención de accidentes y enfermedades laborales, y daños a la propiedad; procurando las mejores condiciones de trabajo para sus trabajadores y demás personas involucradas en sus operaciones. (Cootranstame, s.f.)

Responsabilidad con respeto al código

Teniendo en cuenta que nuestra empresa será responsable de actuar con transparencia y respeto ambicionamos fomentar la responsabilidad social con la sociedad de mayor vulnerabilidad.

Se posee poca tolerancia al incumplimiento de los procedimientos, para ello la compañía destina recursos humanos, económicos y técnicos; suministra orientación, capacitación oportuna y los elementos de protección personal necesarios para la prevención y control de los riesgos asociados a sus actividades orientadas en los principios del desarrollo sostenible.

Mala conducta

Cootranstame, para prevenir el daño a la salud de sus trabajadores y/o de terceros, de los proveedores o contratistas, de las instalaciones, equipos, vehículos, procesos productivos y al medio ambiente, por efectos de mala conducta cuando se consume cigarrillo, alcohol y/o sustancias psicoactivas, ha determinado el siguiente reglamento de prevención y control.

Prohibición al personal en general de fumar en áreas industriales y en particular en aquellas áreas con potencial de incendio y/o explosión por presencia de gases o vapores explosivos u

otros materiales combustibles. Esta prohibición se hace extensiva al porte de cigarrillos, cerillos, encendedores etc., además está prohibido el consumo de cigarrillo en sitios de congregación masiva de personal o recintos cerrados como salones comunales, ascensores y lugares similares. (Cootranstame, s.f.)

Prohibido presentarse a las instalaciones de la empresa bajo efectos de alcohol y/o sustancias psicoactivas.

Está prohibido el porte, comercialización, consumo y demás situaciones asociadas a alcohol y/o sustancias psicoactivas dentro de las instalaciones de la empresa o fuera de éstas mientras se realicen actividades laborales bajo órdenes expresas. Todos los trabajadores, proveedores, contratistas y visitantes estarán sujetos a los controles de alcoholemia y/o drogas que la empresa considere necesarios y en el momento que ésta lo estime pertinente con previo consentimiento de las personas elegidas y con las técnicas que se consideren más apropiadas. (Cootranstame, s.f.)

La empresa proporcionará orientación a los trabajadores sobre estilos de vida saludable en la prevención de consumo de cigarrillo, alcohol y/o sustancias psicoactivas, por esta razón se prohíbe el consumo de medicamentos sin control médico como los antihistamínicos y analgésicos, los cuales generan efectos adversos como la somnolencia, mareo, pérdida de visión, etc.

Lugar de trabajo y entorno laboral

Cootranstame busca generar un ambiente de trabajo sano seguro y adecuado para aquellos que trabajan en la organización; por lo tanto, promueve un ambiente de trabajo que erradique el acoso laboral, contando con la participación de todos los trabajadores. Todos los trabajadores tienen derecho a laborar en un entorno libre de toda forma de discriminación y conductas que se puedan considerar acoso, limitación o modificación. Por su parte la empresa se compromete a prevenir y erradicar las conductas del acoso laboral y a defender el derecho de todos los trabajadores para ser tratados con dignidad en el trabajo. Todos ellos deberán colaborar conjuntamente en la instauración del plan de prevención contra el acoso laboral en el lugar de

trabajo. La empresa trabajara contra el acoso laboral desde un punto de vista preventivo, de manera que se integre la prevención de estas conductas en el sistema de gestión que desarrolla. Cualquier persona que se involucre en un comportamiento de acoso será sujeta a investigación de acuerdo a lo establecido en la normatividad vigente, procedimientos y sus respectivas medidas disciplinarias. (Cootranstame, 2017)

Objetivo del código de Conducta

El objetivo del presente Código de Conducta es establecer un conjunto de normas básicas a las que deben atenerse todos los empleados y directivos de Transportes Cootranstame, en el desarrollo de su actividad. Dichas normas están en conformidad con los más altos estándares. (Bolívar.cl, 2012)

Cumplimiento y seguimiento de las normas

Todo colaborador que no se atenga a las estipulaciones del Código de Conducta será sometido a medidas disciplinarias que pueden llegar hasta la desvinculación laboral. En cualquier caso, el autor de una infracción tiene derecho a ser oído y a defenderse antes de que se le aplique una sanción disciplinaria. (Bolívar.cl, 2012)

Marco normativo

Es importante que la empresa Cootranstame tenga en cuenta el siguiente decreto ya que este se rige y estipula lo impuesto por el ministerio de transporte.

- **Decreto 348 de 2015.**

Por el cual se reglamenta el servicio público de transporte terrestre automotor especial y se adoptan otras disposiciones.

El servicio de Transporte Especial es aquel dedicado al traslado de personas a nivel Nacional con alguna de las siguientes características: escolar, turístico, empleados, población vulnerable y particulares que requieren un servicio expreso. (Atcalsas, s.f.)

Los puntos claves que se hablan esta norma son:

- **Forma de contratación.**

Siempre deberá efectuarse un documento físico o magnético que contenga las condiciones del servicio a prestar acordadas entre el usuario y la empresa de transporte; el documento deberá estar debidamente firmado. No pueden firmarse contratos entre personas individuales, siempre deberán realizarse entre empresas.

El conductor debe portar un extracto del contrato durante el trayecto. (Atcalsas, s.f.)

- **Tiempo de vida útil de los vehículos.**

Establece que el tiempo de vida útil para vehículos de transporte especial es de 20 años y para automotores dedicados a transporte escolar su ciclo de vida será de 15 años, culminada esta fecha, se procederá a chatarrizar los mismos y quedará a libre albedrío de la compañía, la adquisición de nuevas flotillas. (Atcalsas, s.f.)

Adicionalmente, los vehículos de Transporte Especial deberán contar con carrocería de color verde y blanca, con la razón social de la compañía y el número interno asignado por la empresa. (Atcalsas, s.f.)

- **Habilitación para el funcionamiento.**

Las compañías dedicadas a esta operación deberán contar con la habilitación como aval para su funcionamiento, para el otorgamiento de este permiso, deberá presentar la siguiente información:

Se exige a nivel administrativo:

- a. Contar con un programa de reposición del parque automotor con proyección financiera, administrativa y operativa.
- b. Implementar un proceso de selección de conductores y personal administrativo.
- c. Vinculación de nómina de la totalidad de conductores necesarios con pago de seguridad social.
- d. Registrar ante la Superintendencia de Puertos y Transporte los conductores activos.
- e. Contar con el programa de salud y seguridad en el trabajo
- f. Programa de capacitación

A nivel operativo solicita:

- a. Un programa que fije y analice los indicadores de calidad y las estadísticas de operación de la empresa que mínimo debe tener estos indicadores: prestación de servicios, calidad en la prestación del servicio, Vehículos utilizados por servicio, Conductor por servicio prestado, Kilómetros recorridos, Tiempo del recorrido, Porcentaje del parque automotor de terceros y de propiedad de la misma, número y causa de accidentes (reportar a la agencia Nacional de Seguridad Vial).
- b. Garantizar mantenimiento correctivo y preventivo de cada vehículo.
- c. Control del Plan de seguridad vial.
- d. Contar con procedimiento para la atención de los usuarios.
- e. Contar con sistema de posicionamiento global GPS.
- f. Implementar cámaras de video dentro de los vehículos destinados al transporte escolar, al que deberán poder acceder los padres de familia y el personal del colegio.
- g. Sistema de comunicación bidireccional entre la empresa y los conductores. (Atcalsas, s.f.)

- **Certificación.**

Se solicita es estas empresas presentar certificado de Gestión de calidad NTC-ISO 9001 y NTC OHSAS 18001; quienes no cuentan con este certificado tendrán un máximo de 36 meses para su consecución. (Atcalsas, s.f.)

- **Seguros.**

Obligatoriedad para que las empresas de Transporte cuenten con pólizas de seguros de responsabilidad social donde se respalde la compañía ante cualquier eventualidad. (Atcalsas, s.f.)

- **Capacidad transportadora.**

Mínimo el 20% de los vehículos deben ser propiedad de la empresa y de estos el 10% puede ser propiedad de los socios.

Para fijar la capacidad transportadora se debe presentar por contrato el plan de rodamiento que estipula: servicio contratado, tiempo de viaje, horario, recorrido inicial y final, cantidad y clase de vehículo. (Atcalsas, s.f.)

- **Condiciones de los vehículos.**

- a. No se admiten pasajeros de pie
- b. Contar con tarjeta de operación cuya vigencia es igual a la del contrato establecido pero máximo por 2 años

- c. Anualmente debe renovarse el registro Nacional de Conductores de Transporte Especial. (Atcalsas, s.f.)

- **Contrato de Administración de Flota.**

Este se suscribe cuando la empresa habilitada trabaja con vehículos de otros propietarios y en este caso asume la responsabilidad de:

- Contratar directamente a los conductores.
- Efectuar pago al propietario del vehículo se utilice o no.
- Presentar informe mínimo cada 3 meses al propietario. (Atcalsas, s.f.)

- **Transporte Escolar.**

Se expedirá una norma técnica colombiana en los próximos 2 años. Los requisitos que exige son:

- a. Cinturones de seguridad en todos los asientos.
- b. Identificación en la carrocería con colores amarillo y negro y la leyenda "escolar".
- c. Luces intermitentes que se enciendan al abrir las puertas.
- d. Salidas de emergencia con dispositivos que avisen al conductor cuando están completamente cerradas.
- e. Adulto acompañante con capacitación en primeros auxilios y parámetros de seguridad.
- f. La entidad educativa debe generar planes estratégicos de seguridad vial dirigidos a conductores y estudiantes.

(Ministerio de Transporte, 2015), (Atcalsas, s.f.)

3.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta

Tabla 2. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta, empresa Cootranstame.

| Concepto | Valor |
|--|------------------|
| Asesoría de personal calificado en la estructura del código | \$ 95.000 |
| Contratación del asesor que guiara a la construcción del Código de Ética de Cootranstame. | \$ 150.000 |
| Capacitaciones a los empleados | \$ 100.000 |
| Videobeam | \$ 30.000 |
| Computador | \$ 200.000 |
| Impresora | \$ 70.000 |
| Papelería | \$ 130.000 |
| Elaboración de folletos | \$ 45.000 |
| Refrigerios en las capacitaciones | \$ 50.000 |
| Total | \$870.000 |
| Nota: todos estos gastos serán utilizados de acuerdo a la necesidad de la empresa y de los colaboradores. | |

Tabla 2, muestra el presupuesto de inversión, necesario para llevar a cabo el desarrollo del código de conducta de la empresa Cootranstame.

Fuente: Elaboración grupo

Glosario

Austeridad: condición que supone la falta de exageración, la presencia de la esencia misma de una cosa, una actitud o presentación humilde o poco extravagante. (DefinicionABC, s.f.)

Contractual: definiendo a contrato como un acuerdo que se establece con determinadas formalidades entre dos o más personas, mediante el cual se obligan de forma recíproca a determinadas cosas. Por su parte, también es el documento en que se acredita ese acuerdo. (Diccionario Actual, s.f.)

Contravención: es una violación de una determinada norma que tiene un carácter menor y que por lo tanto es insuficiente para calificarla como delito. (Definición, s.f.)

Custodia: alude a una actividad de guarda, vigilancia y cuidado con respecto a algo o a alguien. (DeConceptos.com, s.f.)

Estandarización: es el proceso de ajustar o adaptar características en un producto, servicio o procedimiento; con el objetivo de que éstos se asemejen a un tipo, modelo o norma en común. (Economía, 2015)

Optimización de servicios: permiten a la empresa optimizar los recursos, obteniendo con ello un ahorro económico, así como prestar una mejor calidad en sus servicios. (IT, s.f.)

Ordenanzas: una regla o ley establecida en una organización o comunidad para la regulación y control de la misma. (Concepto definicion.de, 2015)

Productividad: es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, costes, etc.) durante un periodo determinado. (Economipedia, s.f.)

Ventaja económica: término utilizado para designar las ganancias que se obtienen de un proceso o actividad económica. (Wikipedia, 2018)

4. Stakeholders

4.1. Breve descripción de los Stakeholders

Los Stakeholders son el público de interés de la empresa, permitiendo conocer la interacción de la misma en el entorno que se desarrolla, además de aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa, cabe resaltar que son de vital importancia, ya que proveen información valiosa dentro de la empresa u organización, permiten desarrollar las políticas que otorgara el buen posicionamiento de la empresa. (Significados, 2013)

Asimismo, participan distintos grupos sociales y actores importantes, que tienen un claro interés en que las empresas funcionen de la mejor manera posible. Pueden estar implicados de forma directa o indirecta, según corresponda. (economía simple, 2016)

Si bien considerar áreas, niveles y principios de responsabilidad social corporativa es un paso esencial para conceptualizar, y posteriormente poder aplicar dichos conceptos en la gestión diaria de una sociedad cotizada, sería inviable esta acción si no consideramos los objetos sobre los cuales dicha responsabilidad es o no es aplicada. (Rafael Moreno Prieto, s.f.)

4.2. Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada

Figura 1. Mapa genérico de Stakeholder de la empresa Cootranstame.



La figura 1, muestra los Stakeholders o grupos interesados que puedan afectar o son afectados por las actividades de la empresa Cootranstame.

Fuente: Elaboración grupo

Internos

Propietarios: son la fuente por la cual la empresa se encuentra mejorando continuamente los procedimientos que se realizan, además de aportar con los recursos económicos, el

implementar estrategias para satisfacer las necesidades de los trabajadores, clientes, proveedores y demás entes que se relacionen con la empresa.

Además, permiten a la organización tomar conciencia de los compromisos que esta asume a diario, con el medio ambiente, con los clientes, la sociedad y demás factores que se vean afectados por la misma, le dan dirección integral a los procedimientos que se manejan, el interés por ser mejores, la gestión de nuevas estrategias de convenios, la atracción de nuevos accionistas y la búsqueda de la responsabilidad social, permitiendo así la capacidad de cumplimiento y calidad constante de los servicios ofrecidos.

Directivos: son un punto fuerte en la empresa porque establecen estrategias para cumplir con los objetivos que se planteen, además de buscar la satisfacción de los funcionarios y clientes, el incremento de empleos, la búsqueda del bienestar del personal, entre otros, con el fin de construir un ambiente de trabajo adecuado y buscar la mejora continua.

De otra parte, se encargan de dar cumplimiento a los objetivos estratégicos que se establecen para ser más competentes, influye en los demás para motivarlos, para tomar las decisiones que sean convenientes en los procesos y evalúa el cumplimiento de las reglamentaciones, normas y leyes que se establezcan para tal fin.

Funcionarios: es el ente encargado de transmitir la información de la organización, además de tratar a los clientes adecuadamente, ofreciendo un servicio de calidad, compromiso, responsabilidad y esfuerzo, además la organización debe buscar la calidad de vida de cada funcionario y de sus familiares y respetar los deberes y derechos de los mismos.

De igual manera, la empresa se encuentra en la preparación continua de los funcionarios, mediante capacitaciones, brindando incentivos que permitan generar nuevas herramientas para el control y manejo del servicio al cliente, además de cumplir a cabalidad las políticas establecidas

y la custodia y confidencialidad de la información que se maneje en la Institución sea interna y externamente.

Externos

Sociedad: siempre están a la espera de que las empresas cumplan con las obligaciones legales, ambientales y demás aspectos que afectan el entorno en el que se desenvuelve la organización, cabe resaltar que las empresas tienen responsabilidades sociales para conservar la estabilidad de la comunidad y de los que la integran.

Asimismo, están a la vanguardia del cuidado del entorno, surgen necesidades de organización de los derechos de la comunidad y la libertad de participar en las tendencias que el mundo les ofrece.

Clientes: son vitales para la organización permitiendo el crecimiento, es por esto que se deben satisfacer las necesidades y mejorar sus expectativas, como precios, calidad, servicios, innovación y demás, asimismo, se debe tener contacto e incluirlos en el desarrollo de responsabilidad social y empresarial de la misma, para fidelizar y mantener la confianza.

Es importante realizar reconocimientos, comprender las actitudes de sus preferencias y razones de compra, además de brindarles un servicio eficiente, eficaz y oportuno para conservar su aceptación hacia la empresa.

Competencia: es un ente que permite a la organización generar el valor de los productos o servicios que se ofrecen, a fin de mejorar y gestionar nuevas alternativas evitando la migración de los clientes de la misma, para satisfacer las necesidades, además la empresa debe reaccionar

de manera rápida ante las amenazas y oportunidades que se presentan para dar solución y confianza en los usuarios.

Además de permitir la regulación de los precios de los servicios y productos, ofreciendo a los clientes variedad para su elección y satisfacción con la adquisición de los mismos.

Gobierno: es un ente que requiere estar satisfecho con las actividades que la organización realice al momento de generar empleo, aportar bienes públicos, cuidar el medio ambiente, además de respetar los derechos y deberes con los que esta cuenta.

De igual modo, es un importante medio que aporta valor a la competitividad y sostenibilidad de la empresa, con el cumplimiento de los estándares de calidad, veracidad y transparencia de lo que se ofrece a la sociedad.

Finanzas: los grupos financieros exigen mejor información dentro de la organización, además del cumplimiento en las obligaciones que estos exigen, tanto de intereses como la devolución de préstamos que se realizan, es importante que la organización imponga restricciones para limitar los riesgos que se presenten en las inversiones.

Cabe resaltar que para hacer que la organización sea sostenible se deben brindar tratos justos, que permitan la relación entre los propietarios, el gobierno y entidades encargadas de los préstamos a la empresa.

Proveedores: son un ente necesario en la organización puesto que con ellos se crean alianzas que permiten contribuir en el desempeño y desarrollo de la empresa, además suministran productos y servicios de calidad, cumplen con los tiempos de entrega, participan en el diseño de estrategias que permiten satisfacer las necesidades de las partes y de los clientes, asimismo la

empresa debe proteger los convenios que se establecen con ellos para incrementar el logro en los acuerdos realizados.

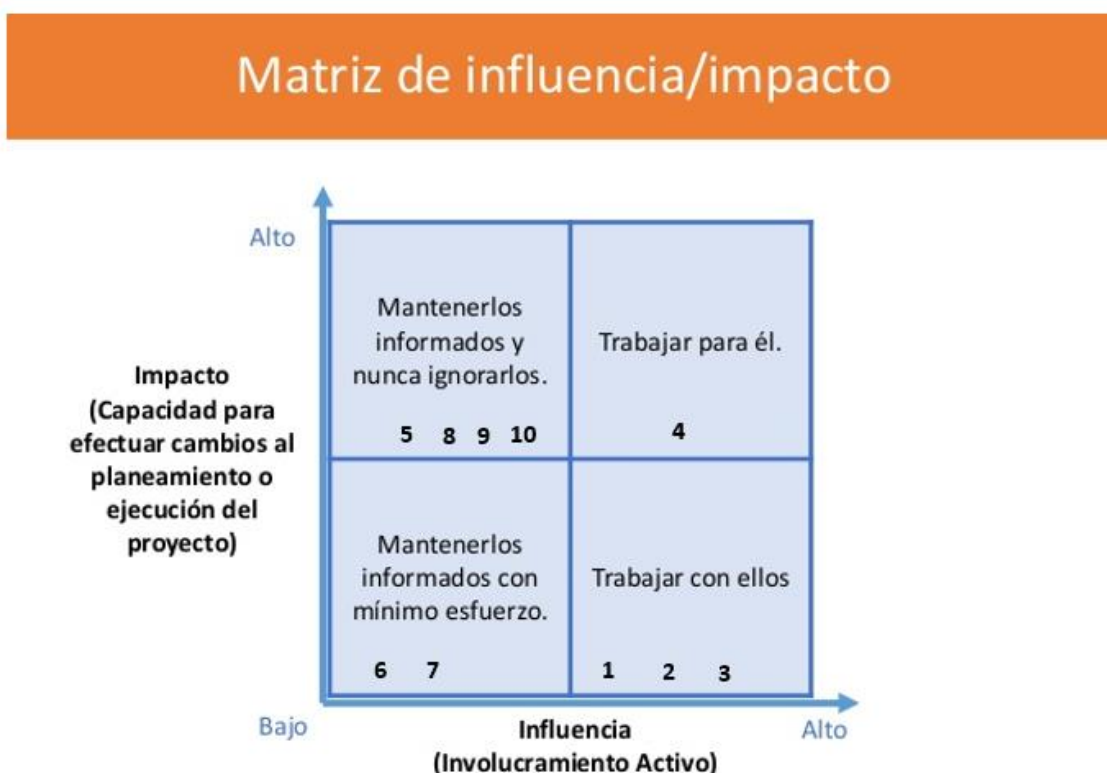
También ellos tienen el derecho a saber acerca de la sostenibilidad de la empresa, que esta cumpla con la información, las políticas de pago a los mismos y las decisiones que se tomen con la relación que se tiene y proveer diariamente con calidad y estandarización de los productos y servicios.

Ambiente: es de vital importancia la inclusión del medio para mantener la responsabilidad social y ambiental en la empresa, además de evitar daños innecesarios, mejorar la calidad de vida del exterior mediante capacitaciones de concientización y compromiso con el cuidado del medio, la optimización de recursos y la mejora del uso del mismo.

Además, de cumplir a cabalidad la normatividad establecida para preservar el medio, la sostenibilidad y fomentación de una cultura corporativa integrada de ética e integridad, dando funcionalidad a las legislaciones que se establezcan para el cuidado del mismo.

4.3. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados.

Tabla 3. Matriz de influencia/impacto de la empresa Cootranstame



La tabla 3, muestra la matriz de influencia e impacto, donde se agrupan a los interesados internos y externos, se estudia la participación activa de cada uno y la influencia e impacto que genera la empresa Cootranstame.

Fuente: Elaboración grupo

Internos

1. Propietarios: se ubica en trabajar con ellos ya que un propietario también es un líder que tiene muchas tareas y responsabilidades que son esenciales para administrar un negocio exitoso.

Además de facilitar el capital a la organización, además de direccionar las decisiones que se tomen y llevar a cabo el estudio del medio.

2. Directivos: los directivos junto con los propietarios y trabajadores son las personas encargadas y responsables que la empresa sea productiva, los directivos son profesionales con capacidades e iniciativas de emprendedores, cuentan con una buena capacidad de comunicación, capacidad para asumir los riesgos entre otras habilidades muy importantes.

De igual manera, es importante trabajar con ellos para obtener el direccionamiento y control de la organización, a fin de organizar las decisiones y aplicarlas al entorno para obtener beneficios interna y externamente, además de enfocarse en la mejora continua de la empresa, llevando a cabo planes de acción a los inconvenientes que se puedan presentar en el entorno que se desarrollen las actividades del servicio.

3. Trabajadores: es indispensable trabajar con ellos hacerlos parte en la toma de decisiones, hacerlos sentir socios de la empresa ya que ellos son la clave en la productividad de esta, es considerado como el recurso más valioso.

Igualmente, son significativos para la empresa porque ellos se encargan de obtener clientes y las buenas relaciones que se puedan llevar a cabo en la empresa mediante el trabajo en equipo, la estructuración de nuevas estrategias para fidelizar a los usuarios y lograr la satisfacción de los mismos.

Externos

4. Clientes: el cliente “es a quien va orientada la empresa con el fin de satisfacer de manera adecuada y con una excelente política de calidad las necesidades propias al mismo” (Eumed, s.f.). Es por esto que se trabaja para él, es la razón de productividad y desarrollo de la empresa, se debe saber que el cliente es uno de los más importantes factores para que la empresa, porque ellos adquieren los productos y servicios que brinda la organización con calidad y eficiencia, asimismo, mediante él se dan prontas soluciones a las sugerencias o propuestas para mejorar continuamente, resaltando así que este órgano es la razón de existencia de la empresa.

5. Finanzas: las finanzas es una de las áreas más relevantes e importantes de la empresa ya que esta permite determinar si esta es productiva en el tiempo o por el contrario está cubriendo únicamente gastos generales y no genera ganancias; se debe mantener informados y nunca ignorarlos porque estos optimizan y multiplica el valor del dinero, cuenta con la información oportuna para la toma de decisiones, continuando con el crecimiento y control de la contabilidad que se maneje y de las herramientas que se manejen para la gestión de los mismos.

6. Sociedad: “la empresa debe preocuparse por el impacto social que tienen sus acciones y procurar un impacto positivo en la comunidad local a la que atiende, comunicando adecuadamente sus acciones para lograr el favor de la comunidad internacional” (Blogs.funiber, 2014). Mantenerlos informados con mínimo esfuerzo ya que ellos hacen parte de los comportamientos y cambios frecuentes que tornan frente a una empresa, además de la responsabilidad social de la empresa, la aplicación de medidas y herramientas para generar bienestar en los diferentes entornos que se desenvuelva la organización.

7. Proveedores: estos actores deben mantenerse informados con mínimo esfuerzo; pero son los aliados naturales y estratégicos importantes para alcanzar los objetivos y lograr el éxito de la compañía, ellos son vitales para la organización, beneficiando el proceso comercial de los productos o servicios que brinden a la organización, además de proporcionar variedad de elementos que permitan ver la calidad e innovación en la empresa, sin embargo, ellos permiten tener mayor seguridad a la empresa con la fidelización y compromiso en la entrega oportuna de los productos.

8. Competencia: se ubica dentro de la matriz como mantenerlos informados y nunca ignorarlos; la competencia precisamente permite que la empresa busque y trabaje fuertemente día a día para garantizar ser los mejores, no se debe desestimar la competencia porque la evolución en cuanto a la tecnología y los nuevos comportamientos permiten cambios extraordinarios en los

mercados se debe mantener alerta y prestarles mucha atención, generando la eficiencia en la productividad y con la innovación de productos y servicios, además de buscar el bienestar y la responsabilidad social de cada individuo.

9. Ambiente: el medio ambiente y la empresa están obligados a entenderse y respetarse; se ubica como mantenerlos informados y nunca ignorarlos ya que estos deben ser aliados ya que existe una variedad de factores que pueden afectar tanto al uno como el otro, creando un desarrollo sostenible empresarial para la ecoeficiencia y de esta manera disminuir los impactos en la obtención de los productos y servicios.

10. Gobierno: Mantenerlos informados y nunca ignorarlos; está claro que las empresas deben regirse a unas ciertas normas y reglamentaciones para que estas puedan trabajar en un espacio y con una razón social; para ello se debe tener en cuenta de que se tratan y como se cumplen a cabalidad; de igual manera el gobierno presenta continuamente proyectos y estímulos a las empresas por ciertas acciones que se deben tener en cuenta.

5. Plan de Responsabilidad Social Empresarial empresa Cootranstame

Tabla 4. Plan de Responsabilidad Empresarial empresa Cootranstame.

| Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Cootranstame | | | | | | | |
|---|-------------------------------------|---|--|-----------|---|--|---|
| Dimensión | Stakeholders | Objetivo | Estrategia | Plazo | Recursos (físicos, humanos, técnicos) | Indicador | Seguimiento |
| Económica | Cientes / proveedores / competencia | Generar estrategias de financiación a la empresa con el fin de crear relaciones de confianza, fidelización de los proveedores, clientes internos y externos y demás entes que permitan la sostenibilidad de la empresa. | Implementar un instrumento de evaluación para medir el grado de satisfacción e identificar los aportes que los usuarios puedan proporcionar a la empresa para que el servicio brindado sea oportuno, eficiente y eficaz. | 6 semanas | Recursos Humanos: personal Recursos técnicos: computador, impresora Recursos físicos: muebles de oficina, papelería | Número de usuarios con aportes favorables / número de instrumentos aplicados * 100 | Semanal Planillas de asistencia, actas de reunión e instrumento de evaluación. |

| | | | | | | | |
|--------|--|--|---|------------|---|--|--|
| | Propietarios / Directivos / Funcionarios / proveedores | Garantizar la sostenibilidad financiera de la empresa mediante el cumplimiento de las metas y estrategias que se planteen para la mejora continua. | Estructurar planes administrativos que permitan la mejora continua en las actividades financieras que se realicen mediante la prestación de los servicios. | 26 semanas | Recursos Humanos: personal Recursos técnicos: computador Recursos físicos: papelería | Número de metas cumplidas / número de metas establecidas * 100 | Semestral Planillas de asistencia y actas de reunión. |
| | Propietarios / Directivos / Funcionarios / finanzas / clientes / competencia | Ejecutar planes de negociación para asegurar el mejoramiento continuo en la empresa y la adquisición de nuevas alianzas de financiación. | Gestionar con nuevas entidades el financiamiento para que la empresa desarrolle adecuadamente los procesos, procedimientos y mejorar la productividad en los servicios. | 16 semanas | Recursos Humanos: personal Recursos técnicos: computador Recursos físicos: papelería | Número de negociaciones ejecutadas / número de negociaciones planteadas * 100 | Mensual Planillas de asistencia, actas de reunión y documentación obtenida en la financiación. |
| Social | Propietarios / Directivos / Funcionarios / proveedores | Obtener y afianzar vínculos con el entorno para favorecer todos los factores y de esta manera ampliar la mejora | Implementar planes que permitan evaluar la responsabilidad social empresarial y socializarlo | 26 semanas | Recursos Humanos: personal Recursos técnicos: | Número de usuarios que aprueban el conocimiento del plan / número de | Semestral Planillas de asistencia e instrumento de evaluación |

| | | | | | | |
|--|--|--|-----------|---|--|--|
| | continua en la empresa y la sociedad. | mediante divulgación de carteles, capacitaciones y talleres. | | computador, impresora | usuarios capacitados * 100 | |
| | | | | Recursos físicos: sala de reuniones, papelería | | |
| Directivos / Recursos Humanos / Trabajadores | Incentivar a cada uno de los que intervienen en las operaciones para de esta manera lograr el cumplimiento de los objetivos organizacionales de la empresa y mejorar el clima laboral. | Otorgar incentivos económicos, permisos e integraciones entre los trabajadores a fin de genera ambientes que aviven los lazos de amistad y compañerismo. | 8 Semanas | Recurso Humano: Directivos, Trabajadores, área de logística y Recursos Humanos. Recurso Físico: Salón de reuniones, restaurantes. Recurso Técnico: Capacitación y motivación de personal. | Numero de incentivos otorgados/Número de objetivos organizacionales logrados * 100 | Bimestral Planillas de asistencia, planillas de redención de incentivos, evaluación de cumplimiento a los objetivos organizacionales , análisis y balance del ambiente laboral. |

| | | | | | | | |
|-----------|---|--|--|----------------|---|--|--|
| | Funcionarios / sociedad / clientes / gobierno | Aplicar estrategias que permitan el óptimo cumplimiento de los derechos y deberes que se establezcan en normas, leyes y reglamentaciones para las diferentes partes. | Establecer auditorías para revisar y mejorar la aplicaciones de las normas, leyes y reglamentaciones dentro y fuera de la organización. | 26 semanas | Recursos Humanos: personal Recursos técnicos: computador Recursos físicos: papelería | Número de auditorías favorables / número de auditorías realizadas * 100 | Semestral Planillas, actas e informes de la auditoría realizada. |
| Ambiental | Propietarios / Directivos / Funcionarios / proveedores / clientes | Identificar y evaluar los impactos ambientales que se generan al realizar las actividades. | Realizar reuniones con todo el personal de la empresa para evaluar los impactos y tomar prevenciones y cuidados con el medio. | 25 semanas | Recursos Humanos: personal Recursos técnicos: computador Recursos físicos: sala de reuniones, papelería | Número de reuniones ejecutadas / número de reuniones establecidas * 100 | Semestral Planillas de asistencia y actas de reunión. |
| | Proveedores / funcionarios / sociedad | Generar planes de acción para disminuir los gastos de energía y emisiones de dióxido de carbono | Implementar revisiones constantes a los vehículos para optimizar los | Cada semana | Recursos Humanos: personal experto en el tema | Número de revisiones desarrolladas / número de revisiones | Semanal Planillas e informes de |

| | | | | | | |
|---|---|---|------------|--|---|---|
| | generadas por los vehículos de la empresa. | consumos que se generan. | | Recursos físicos: herramientas, papelería | programadas * 100 | revisión de los vehículos. |
| Funcionarios / sociedad | Verificar que la empresa cumpla con la normatividad vigente de protección al ambiente. | Realizar auditorías para evaluar la aplicabilidad en la empresa de la normatividad vigente de protección al ambiente. | 52 semanas | Recursos Humanos: auditores, personal Recursos técnicos: computador Recursos físicos: instalaciones, papelería | Número de observaciones por mejorar / número de ítems de la auditoría realizada * 100 | Anual Planillas, actas e informes de la auditoría realizada. |
| Propietarios / Directivos / funcionarios / gobierno | Promover el cambio y/o actualización de los medios de transporte que hayan cumplido con el ciclo de vida. | Realizar mantenimiento a los medios que se utilizan como transporte y la compra de nueva tecnología para un mejor servicio. | 4 semanas | Recursos Humanos: personal capacitado Recursos físicos: instalaciones, herramientas. | Número de mantenimientos realizados / número de mantenimientos proyectados * 100 | Mensual Planillas e informes del mantenimiento realizado. |

La tabla 4, muestra los objetivos, estrategias, plazos, indicadores y Stakeholders planteados para el Plan de Responsabilidad Empresarial y que serán aplicados en la empresa Cootranstame.

Fuente: Elaboración grupo

5.1. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholder) tanto internos como externos empresa Cootranstame.

Tabla 5. Plan de comunicaciones a los interesados tanto internos como externos empresa Cootranstame.

| Plan de Comunicaciones | | | |
|------------------------|--|---|--|
| Dimensión | Stakeholders | Frecuencia | Medio |
| Económica | Propietarios / Directivos / Funcionarios / proveedores / finanzas | Trimestral / cuando se requiera o se genere cambio | Capacitaciones, reuniones, boletines y correo institucional. |
| Social | Clientes / proveedores / directivos / gobierno / competencia / sociedad | Semestral / cuando sea necesario | Capacitaciones, talleres, buzones de sugerencias, carteles, página web empresarial y correo electrónico. |
| Ambiental | Propietarios / directivos / proveedores / funcionarios / clientes / ambiente / gobierno | Semestral / cuando sea necesario | Capacitaciones, actividades, página web empresarial, correo corporativo, pantallas institucionales, boletines y redes sociales. |

La tabla 5, muestra la propuesta del plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders) dando a conocer la frecuencia y el medio que más se ajuste a la organización para divulgar la información.

Fuente: Elaboración grupo

5.2. Modelo de informe de gestión recomendado

Se propone el modelo de informe de gestión Norma ISO 26000 sobre Responsabilidad Social, este Modelo permite implementar en la organización la relación con la gobernanza, con la toma de decisiones, el logro y cumplimiento de los objetivos para que la empresa sea responsable de los impactos que genere mediante la prestación de los servicios la implantación de maquinaria o herramientas para el desarrollo de las funciones. Asimismo, el respeto, protección y cumplimiento por los derechos humanos, para prevenir la violación de los derechos y deberes, tanto de los funcionarios, directivos, proveedores, clientes y demás entes que influyen interna o externamente en la organización.

Esta Norma considera los impactos económicos, sociales y ambientales asociados al desarrollo de las actividades de la empresa, y se basa en los siguientes principios:

Los principios de la ISO 26000 son los siguientes

- Rendición de cuentas.
- Transparencia.
- Comportamiento ético.
- Respeto a los intereses de las partes interesadas.
- Respeto al principio de legalidad.
- Respeto a la normativa internacional de comportamiento.
- Respeto a los derechos humanos.

(Westfield Business School, 2017)

Esta Norma Internacional pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionados con la responsabilidad social, sin reemplazarlos. (Iso.org)

La Norma contiene directrices voluntarias a diferencia de otras normas elaboradas por ISO, ésta no opera como norma de gestión por lo que no pretende servir para propósitos de certificación, o uso regulatorio o contractual, ISO 26000 ayudará a todo tipo de organización independientemente de su tamaño, actividad o ubicación, por ende, en la organización Cootranstame.

De igual manera, permite implementar en la organización la relación con la gobernanza, con la toma de decisiones, el logro y cumplimiento de los objetivos para que la empresa sea responsable de los impactos que genere mediante la prestación de los servicios e implantación de maquinaria o herramientas para el desarrollo de las funciones.

Asimismo, el respeto, protección y cumplimiento por los derechos humanos, para prevenir la violación de los derechos y deberes, tanto de los funcionarios, directivos, proveedores, clientes y demás entes que influyen interna o externamente en la organización.

Además de las prácticas laborales, con el fin de generar estabilidad a los funcionarios, la empresa y demás personal encargado de la producción y servicios en la misma.

Con el medio ambiente, se debe tener en cuenta los impactos que se generan con la maquinaria de la empresa y actividades realizadas en las diferentes actividades y los residuos desechados para prevenir estos hechos, además de promover el desarrollo de la sociedad y el mejoramiento de los estilos de vida.

También las prácticas justas de operación, permitiendo la relación con otras organizaciones para generar una participación positiva, los asuntos de consumidores, permitiendo el desarrollo de la organización y generando sostenibilidad a la misma, mediante la obtención de los servicios y la información que se proporciona, la protección de los datos de cada cliente, el adecuado servicio y generación de proyectos que permitan la toma de conciencia en la organización para seguir aplicando la mejora continua, finalmente con la participación activa y desarrollo de la comunidad, respetando siempre la igualdad de derechos y niveles de vida de todas las personas.

Resaltando que se deben respetar los principios que se establecen para la implementación de la norma, además de esto permitiendo la transparencia en cada proceso y procedimiento que se maneja en la organización, el respeto a los intereses, a la legalidad, la rendición de cuenta de las actividades ya sean económicas, sociales o ambientales mejorando el comportamiento de la empresa.

6. Conclusiones

La responsabilidad social empresarial, de la empresa Cootranstame promueve el compromiso de contribuir al bienestar integral de los colaboradores, clientes, proveedores y la sociedad en general del departamento y del resto del país. Existe responsabilidad cuando los conductores y propietarios practican los valores éticos y cuando se tiene cuidado del medio ambiente, valorando que los recursos son pocos y en su mayoría no reversibles.

La Acción de Responsabilidad Social Empresarial en Cootranstame, ha establecido la RSE en 3 dimensiones o ejes de ejecución, que son: medio ambiente, económico y Social, estos ejes tienen el objetivo principal de promover el crecimiento y desarrollo económico, social y ambiental, justo y equitativo entre Cootranstame y la comunidad.

La RSE, también tiene relación con las Norma ISO 26000 que establece la Responsabilidad Social, esta normativa es aplicable para empresas públicas y privadas, asimismo en países desarrollados y emergentes; esta normativa su fin primordial es sensibilizar al empresario para que sea socialmente responsable con la sociedad, que todo lo que produce u ofrece la empresa que tenga sentido de reintegrar una parte a la sociedad.

7. Bibliografía

- Aced, C. (s.f.). *Como elaborar un Plan de Comunicación*. Obtenido de http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf
- Albino Vargas Barrantes. (24 de Octubre de 2017). *Colaborador vs. Trabajador*. Obtenido de <http://www.laprensa libre.cr/Noticias/detalle/124301/colaborador-vs-trabajador>
- Alejandro Martinez. (2017). *¿Cómo diferenciar directivos y gerentes de una empresa?* Obtenido de <http://serdirectivo.com/directivos-y-gerentes/>
- Atcalsas. (s.f.). *DECRETO 348 DE 2015 Compartir*. Obtenido de <http://www.atcalsas.com/normas/transito---seguridad-vial/decreto-348-de-2015>
- Atresmedia. (s.f.). *Modelo de Cumplimiento Normativo y Prevención de Delitos*. Obtenido de Protocolo de aceptación y entrega de regalos: <https://www.atresmediacorporacion.com/documents/2015/10/30/C71ADE33-4688-4972-B24D-8560C7F7AB62/01201.pdf>
- AutoVillas. (2013). *Ministerio de Transporte*. Obtenido de <http://autovillas.co/using-joomla/extensions/components/content-component/article-category-list/68-ministerio-de-transporte>
- Blogs.funiber. (2014). *El vínculo entre la empresa y la sociedad*. Obtenido de <https://blogs.funiber.org/direccion-empresarial/2014/04/22/el-vinculo-entre-la-empresa-la-sociedad>
- Bolivar.cl. (2012). *CODIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL*. Obtenido de <http://www.bolivar.cl/wp-content/uploads/2012/04/C%C3%B3digo-de-Conducta-Empresarial-Transportes-Bolivar.pdf>
- Cencosud. (s.f.). *Código de Ética*. Obtenido de http://s2.q4cdn.com/740885614/files/doc_downloads/gov_docs/esp/codigoeticachile.pdf

ConceptoDefinicion.de. (13 de Agosto de 2015). *Definición de Ordenanza*. Obtenido de <https://conceptoDefinicion.de/ordenanza/>

Cootranstame. (Mayo de 2017). *Política de Prevención de Acoso Laboral*. Obtenido de <http://www.cootranstame.com/40years/wp-content/uploads/2018/05/Pol%C3%ADtica-de-Prevenci%C3%B3n-de-Acoso-Laboral.pdf>

Cootranstame. (s.f.). *Direccionamiento Estratégico*. Obtenido de <http://www.cootranstame.com/40years/nosotros/>

Cueto, C. &. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp.16-20)*. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

DeConceptos.com. (s.f.). *Concepto de custodia*. Obtenido de <https://deconceptos.com/ciencias-juridicas/custodia>

Definición. (s.f.). *Definición de Contravención*. Obtenido de <https://definicion.mx/contravencion/>

DefinicionABC. (s.f.). *Definición de Austeridad*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/austeridad.php>

Diccionario Actual. (s.f.). *¿Qué es contractual?* Obtenido de <https://diccionarioactual.com/contractual/>

DIRECON, D. d. (2013). *Instrumentos de Responsabilidad Social*. Obtenido de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Instrumentos-de-Responsabilidad-Social-Empresarial-DIRECON.pdf>

EAE Business School. (23 de Mayo de 2018). *El plan de comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de <https://www.eae.es/actualidad/el-plan-de-comunicacion-de-la-responsabilidad-social-corporativa>

economía simple. (2016). *Definición de Stakeholders*. Obtenido de

<https://www.economiasimple.net/glosario/stakeholders>

Economía, S. d. (30 de Diciembre de 2015). *¿Qué es la Estandarización?* Obtenido de

<https://www.gob.mx/se/articulos/que-es-la-estandarizacion>

Economipedia. (s.f.). *Productividad*. Obtenido de

<http://economipedia.com/definiciones/productividad.html>

Ecopetrol. (11 de Septiembre de 2014). *Nuestro Modelo de RSE*. Obtenido de

<https://www.ecopetrol.com.co/wps/portal/es/ecopetrol-web/responsabilidad-corporativa/relaciones-de-confianza-con-nuestros-grupos-de-interes/nuestro-modelo-de-rse>

Escolme. (s.f.). *El Cliente y la Empresa*. Obtenido de

http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u2_1.pptx.pdf

Eumed. (s.f.). *El Cliente y la Empresa*. Obtenido de [http://www.eumed.net/libros-](http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/894/EL%20CLIENTE%20Y%20LA%20EMPRESA.htm)

[gratis/2011a/894/EL%20CLIENTE%20Y%20LA%20EMPRESA.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/894/EL%20CLIENTE%20Y%20LA%20EMPRESA.htm)

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*.

Editorial ECU. (pp. 125-192, 237-246, 259-266). . Obtenido de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-li>

García, R. F. (s.f.). *Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de p. 119:

https://books.google.com.co/books?id=Yns6DwAAQBAJ&pg=PA119&lpg=PA119&dq=Los+empleados+se+encuentran+habitualmente+representados+por+los+sindicatos+de+trabajadores&source=bl&ots=7UNTyhM0HF&sig=UkvRiQlRCQboDxFOAAOYqj-GjtY&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwia_4ap5JrfAhX

Iso.org. (s.f.). *Descubriendo ISO 26000*. Obtenido de

https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/discovering_iso_26000-es.pdf

IT, B. (s.f.). *Optimización de Servicios*. Obtenido de <http://www.boreal-it.es/index.php/herramientas/optimizacion-de-servicios>

Ministerio de Transporte. (25 de Febrero de 2015). *DECRETO 348 DE 2015*. Obtenido de <http://www.atcalsas.com/normas/transito---seguridad-vial/decreto-348-de-2015>

Momberg, M. R. (Septiembre de 2007). *Responsabilidad Social Empresarial _rse_ Como Ventaja Competitiva*. Obtenido de https://books.google.com.co/books?id=KLvGEqv5JXIC&pg=PA30&lpg=PA30&dq=poderes+p%C3%BAblicos+del+Estado,+las+Comunidades+Aut%C3%B3nomas+y+las+Administraciones+locales+con+potestad+para+configurar+el+marco+jur%C3%ADdico&source=bl&ots=6rQMwOoTIH&sig=z_gg6K6z

Morales, H. (s.f.). *Funciones de Un Director de Un Empresa*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/228206608/Funciones-de-Un-Director-de-Un-Empresa>

Moreno, J. P. (s.f.). *Guía para implementar un Sistema de Gestión de Calidad*. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=PGhRDwAAQBAJ&pg=PT52&lpg=PT52&dq=empresa+o+persona+f%C3%ADsica,+cuya+finalidad+es+satisfacer+las+necesidades+de+la+empresa+de+recursos+del+tipo+econ%C3%B3mico.+Como+los+son+cr%C3%A9ditos,+capital+para&source=bl&ots=CB6>

Murciaenclaveambiental. (2003). *La importancia de la gestión ambiental en la empresa*. Obtenido de <http://www.murciaenclaveambiental.es/?idRe=24>

Prezi - Cristian Vicente. (2018). *Importancia del cuidado del medio ambiente*. Obtenido de <https://prezi.com/p/arnpfvlzr3t5/importancia-del-cuidado-del-medio-ambiente/>

Quiminet. (2018). *Las funciones del director de una empresa*. Obtenido de <http://www.quiminet.com/empresas/las-funciones-del-director-de-una-empresa-2745648.htm>

Rafael Moreno Prieto. (s.f.). *Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de <http://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2015/03/Capitulo-13-.pdf>

- Responsabilidad Social Corporativa. (s.f.). *Cómo diseñar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de <http://responsabilidad-social-corporativa.com/como-disenar-plan-de-responsabilidad-social-corporativa/>
- Significados. (2013). *Significado de Stakeholder*. Obtenido de <https://www.significados.com/stakeholder/>
- Sites Google. (s.f.). *Tipos de Proveedor*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/blanco9010/2-tipos>
- Thompson, I. (s.f.). *Tipos de Clientes*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>
- Tinet.cl. (s.f.). *Código de Ética y Conducta de la Empresa*. Obtenido de <https://tinetc.cl/wp-content/uploads/2017/01/CODIGO-DE-ETICA-TINET.pdf>
- Westfield Business School. (2017). *ISO 2600: 7 principios de Responsabilidad Social*. Obtenido de <https://blog.i-ead.com/2017/05/24/iso-2600-7-principios-de-responsabilidad-social/>
- Wikipedia. (2018). *Beneficio económico*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Beneficio_econ%C3%B3mico

Anexos

Enlace del video subido a Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=fps6RQ10kZo&rel=0>

Póster empresa Cootranstame

Figura 2. Póster empresa de transporte Cootranstame.



La figura 2, muestra la propuesta del póster donde se presentan los resultados del plan de responsabilidad social para la empresa Cootranstame.

Fuente: Elaboración propia, Amanda García.